



# Rapport trimestriel sur le marché

Chine

Premier trimestre de 2009

## Faits saillants au sujet du marché

nombre de voyages à l'étranger pour l'année précédente :	45,8 millions de janvier à décembre 2008
variation (en %) par rapport au même trimestre l'an passé :	11,9 % par rapport à 2007
nombre de visiteurs au Canada en janvier 2009 :	11 116
variation (en %) depuis janvier de l'année précédente :	21,91 %

### Commentaires/autres renseignements :

Hong Kong a aussi enregistré des gains notables en janvier, avec 8 086 visiteurs, soit une augmentation de 33,65 %. La période du Nouvel an chinois (janvier 2009 et février 2008) a probablement eu une incidence sur les résultats de la Chine et de Hong Kong.

D'autres statistiques sur le marché sont disponibles dans [Tourisme en bref](#).

## Capacité aérienne

1. Au mois de mai 2009, SAS Scandinavian Airlines mettra fin à ses vols directs entre Beijing et Stockholm.
2. Qantas éliminera deux itinéraires à destination de la Chine. Les vols bihebdomadaires entre Melbourne et Shanghai prendront fin le 31 mars, et les trois vols par semaine entre Sydney et Beijing prendront fin eux aussi le 17 avril.
3. Plusieurs compagnies aériennes américaines ont réduit leurs vols entre la Chine et les États-Unis. Northwest Airlines a reporté au mois de juin ses vols aller-retour entre Shanghai et Détroit prévus pour avril, en plus d'annuler ses vols de Canton à Tokyo en mars et les vols aller-retour entre Beijing et Seattle qu'elle entendait ajouter à son horaire. Delta

Airlines a réduit à quatre vols par semaine ses vols quotidiens aller-retour entre Shanghai et Atlanta, et American Airlines a reporté ses vols aller-retour entre Beijing et Chicago.

4. À l'été 2009, Air Canada réduira sa capacité par rapport à l'été 2008, et n'offrira pas de vols quotidiens pour Vancouver au départ de Beijing et de Shanghai. China Air et China Eastern Airlines maintiennent une capacité similaire à celle de 2008.
5. Nous ne détenons pas d'informations supplémentaires sur les transits sans visa avec points d'entrée canadiens, pour les transporteurs chinois qui désirent offrir des itinéraires américains avec escale au Canada.

### Contexte économique et politique

Croissance du PIB :	9 % en 2008
Croissance économique prévue :	8 % en 2009
Taux de chômage :	4 % – taux urbain
Inflation :	Voir l'IPC
Indice des prix à la consommation :	Baisse de 1,6 % par rapport à février 2008
Taux de change :	1 \$CA = 5,38 yuans (1 \$CA = 7,15 yuans l'an dernier)

#### Commentaires/autres renseignements :

##### Commentaires de la presse sur l'économie chinoise

« On assiste à la chute de l'activité économique et de la demande à l'échelle mondiale, ainsi qu'à la dévaluation des monnaies de bon nombre de concurrents et de clients de la Chine, confie Isaac Meng, économiste de BNP Paribas. Cette situation exerce beaucoup de pression sur les industries exportatrices chinoises et sur le gouvernement, qui cherche par tous les moyens à relancer l'économie. »

Le ministre du Commerce Chen Deming mentionnait hier que le commerce extérieur chinois risque de traverser une période difficile au cours des prochains mois, en dépit des mesures adoptées par le gouvernement pour stimuler les échanges commerciaux.

Il ajoute que le gouvernement entend appuyer les exportateurs, tout particulièrement ceux qui se spécialisent dans les produits et les appareils électroniques, ce qui représente 57 % des exportations du pays. Le gouvernement a aussi augmenté les taux de ristourne d'exportation et élargira la couverture d'assurance crédit à l'exportation, en plus d'inciter les institutions financières à offrir des services de crédit à l'exportation pour stimuler ce marché.

La Chine entend aussi réduire à zéro les taxes à l'exportation et accorder plus de soutien financier aux exportateurs, tandis qu'elle tente d'accroître sa part des échanges commerciaux mondiaux au cœur de la crise actuelle, a annoncé lundi le ministre du Commerce. Dans le cadre d'une entrevue publiée par un journal du Parti Communiste, il a précisé que la Chine « fera appel à toutes les mesures possibles pour assurer la stabilité de la croissance de ses exportations et éviter une importante diminution de la demande extérieure. Nous devons accroître notre part du marché mondial... Nous ne pouvons nous contenter d'être une grande nation exportatrice, il nous faut devenir une solide nation exportatrice. »

### Tendances touristiques émergentes

1. À la fin février, la province de Guangdong devenait la toute première à participer au programme des voyages d'agrément en Chine. On encourage les citoyens de Guangdong à profiter de leurs congés fériés payés.
2. Depuis le 15 janvier, les transporteurs aériens chinois dispensent les voyageurs des frais de supplément carburant.
3. La commission du tourisme de Shanghai a banni une agence de voyages Galaxy Travel de la Chine, en raison d'un accident de la route survenu en février 2009 aux États-Unis. On invite toutes les agences de voyages à vérifier la teneur de leurs contrats avec les entreprises de transport par autobus, pour les groupes de touristes en provenance de l'étranger.
4. Selon le plus récent numéro du *Nielsen China Outbound Travel Monitor*, près de la moitié des voyageurs chinois achètent des produits de marques de luxe à l'étranger. Pour les touristes chinois, l'Europe et l'Amérique du Nord constituent des destinations de choix pour l'achat d'articles de luxe, ces deux continents représentant respectivement 59 % et 56 % de ces types d'achats.
5. En janvier, Lai Changxing s'est vu accorder un permis de travail temporaire au Canada, après avoir vécu pendant dix ans au pays. La Chine a porté plainte contre le Canada, et tous les grands médias chinois ont fait état de cette histoire, ce qui s'est traduit par de nombreux commentaires négatifs à l'égard des politiques canadiennes.
6. En février 2009, la Colombie a reçu le statut de destination approuvée (SDA) pour les voyageurs chinois. À l'heure actuelle, 137 pays détiennent ce statut,

dont 20 dans les Amériques.

7. Le département d'État impose de strictes limitations sur les voyages outre-mer utilisant les fonds du gouvernement, et l'on note donc une réduction des voyages officiels, tout particulièrement vers des destinations éloignées.

### Activités visant l'essor du marché

Voir les informations ci-dessous, dans Activités de la CCT.

### Activités de la CCT

À l'intention des professionnels du tourisme

1. La participation au programme des spécialistes des voyages au Canada - niveau explorateur continue d'augmenter. Au total, ce programme compte désormais plus de 1 200 participants et plus de 200 nouveaux explorateurs pour le premier trimestre.
2. À Shanghai, visites de représentants des ventes à des sociétés clientes concernant la possibilité de RCVM.
3. À Canton, visites de représentants des ventes à des agences clés qui pourraient être sélectionnées comme agents recommandés par la CCT pour l'obtention des services spéciaux liés aux visas. Les services d'immigration canadiens de l'ambassade de Beijing appuient tous les efforts de la CCT en vue de faciliter l'émission des visas.
4. Collaboration de l'agence de voyages GZL, de Canton, pour l'organisation de la réception annuelle des RCVM à Canton; au total, plus de 300 participants et 184 entreprises commerciales y prennent part.
5. Cinq professionnels clés du voyage de Beijing, Shanghai et Canton se sont joints aux voyages de familiarisation *Fun in the Snow* et *Aurora* en Alberta.
6. Le numéro du premier trimestre du bulletin électronique à l'intention des professionnels du voyage sera envoyé aux agences en mars. Il y sera entre autres question, à titre de message clé, des RCVM au Canada.
7. Visites de représentants des ventes à de nouvelles agences de Beijing, notamment Biz iTravel, Grand Tour Travel et Global Party. Possibilité d'occasions commerciales haut de gamme pour le marché des voyageurs indépendants qui se rendent en Amérique du Nord, et d'un circuit *Absolute America International Group*, incluant la visite de deux pays, soit les États-Unis et le Canada.

#### À l'intention du grand public

1. Collaboration avec Citrip à l'établissement d'une base de données de consommateurs.
2. Discussions avec des agences clés de Beijing, Shanghai et Canton, à propos d'une possible collaboration sur des bases de données de consommateurs.
3. Collaboration avec le siège social pour préparer le lancement du QE à l'intention des consommateurs chinois.
4. Poursuite du travail sur la campagne en ligne des consommateurs, une fois les problèmes du QE résolus.
5. La Chine a obtenu du financement additionnel en vertu du programme de relance du gouvernement. Une initiative de voyages de motivation exhaustive est en cours de planification.

#### À l'intention des médias

1. À Beijing a eu lieu la réception du compte à rebours d'un an des Jeux olympiques d'hiver de 2010, en collaboration avec le MAECI. Au total, 150 invités y ont participé, dont des représentants des principaux médias, des professionnels du voyage, des hauts fonctionnaires du gouvernement chinois et des athlètes olympiques et paralympiques chinois. Cet événement aura généré plus de 30 couvertures médiatiques, notamment à la télévision, en ligne et dans la presse écrite.
2. En 2009, planification des cinq tournage de CCTV au Canada, en collaboration avec Tourism British Columbia (TBC) et diverses provinces.
3. Sept journalistes de Beijing, Shanghai, Canton et Hong Kong se sont rendus en Alberta, dans le cadre des voyages de familiarisation *Fun in the Snow* et *Aurora*.
4. Conception de la trousse de presse des Jeux de 2010 à l'intention des médias (en collaboration avec TBC).
5. En mars, diffusion du bulletin électronique du premier trimestre à l'intention des médias, conjointement avec les provinces partenaires.
6. Poursuite des préparatifs pour la tournée des professionnels de l'industrie et des médias, qui se déroulera à Beijing, Shanghai et Canton, en collaboration avec nos partenaires des provinces.

#### À l'intention des professionnels des relations publiques

Voir ci-dessus dans les activités à l'intention des médias et des relations publiques

## Environnement concurrentiel

1. En raison des taux de changes favorables, le prix des forfaits vers l'Australie et l'Europe a diminué de 15 à 20 %. Les circuits touristiques vers des destinations courts-courriers, comme les voyages en Corée et en Asie du Sud-Est, ont connu beaucoup de popularité pendant le Festival du printemps chinois.
2. Le *Philadelphia Convention & Visitors Bureau* manifeste de l'optimisme à l'égard du marché émetteur de la Chine, et prépare le lancement d'un service direct entre Philadelphie et Beijing, en mai 2009. Ce service sera offert par US Airways.
3. Le bureau du tourisme de la Nouvelle-Zélande (*Tourism New Zealand*) a obtenu la collaboration de quatre agences de voyage clés de Beijing (CITS HQ, CYTS, CTI et China Merchants), afin d'élaborer des itinéraires personnalisés pour les voyageurs indépendants qui se rendent en Nouvelle-Zélande. Les demandes de visa seront traitées dans un délai de cinq jours.
4. En janvier dernier, le bureau du tourisme de la Floride (*Florida Tourism*) a lancé son site Web chinois, à l'adresse [www.visitflorida.com.cn](http://www.visitflorida.com.cn); on y retrouve des itinéraires et des renseignements sur les prix et les produits.
5. En raison du ralentissement économique, le gouvernement grec a annoncé qu'à partir du mois de février, les voyageurs chinois n'auront plus à voyager en groupes lorsqu'ils se rendent en Grèce; ils pourront soumettre une demande de visa de touriste directement en Grèce, et voyager seuls.
6. La Thaïlande a décidé de supprimer les frais de visa pour tous les touristes qui voyageront entre le 5 mars et le 4 juin. Les forfaits à destination de la Thaïlande subiront une réduction de 10 % par rapport au prix d'origine.
7. Comparativement à 2007, le nombre des visiteurs chinois ayant visité l'Australie n'a pas augmenté en 2008.

## Perspectives d'avenir

Il est à prévoir que l'année 2009 s'avère profitable, car le nombre de visiteurs chinois et hongkongais ayant voyagé à l'étranger en janvier 2009 est beaucoup plus élevé qu'en 2008 et cela, malgré certains ajustements possibles en raison du Nouvel an chinois. L'augmentation de la valeur du yuan contribue à faire du Canada une destination plus abordable, bien qu'il en soit de même pour certaines de nos destinations concurrentes comme l'Australie.

La réduction des voyages gouvernementaux et les limites qui leur sont imposées en raison de la crise financière mondiale ne sont pas sans présenter des risques, et nous travaillons assidûment avec des agents de voyage au détail et des grossistes

pour élargir notre trafic.

La réduction de la capacité aérienne d'Air Canada suscite des inquiétudes, tout comme les relations qu'entretiennent les gouvernements chinois et canadien.

Rien n'indique que les pourparlers sur le statut de destination approuvée aboutiront, et l'obtention d'un tel statut opérationnel en 2009 semble peu probable.

Nous constatons un intérêt plus marqué à l'égard des forfaits destinés aux familles autonomes et endossés par notre famille de célébrités. Il est fort possible que le couple de célébrités de la CCT soit sélectionné pour participer aux Jeux olympiques d'hiver de 2010, ce qui éveillerait un nouvel intérêt et se traduirait par des occasions de marketing significatives.